# نقش گردشگری در توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی
## (مطالعه‌ی تطبیقی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)

سیاوش ایمنی قشلاق (کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه تهران ــ مدیر کل آموزش علم و فرهنگ تهران، نویسنده‌ی مسؤول)
S_imeni@yahoo.de
فضیله خانی (دانشیار جغرافیای روستایی دانشگاه تهران)
سیدسعید هاشمی (استادیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی و معاون آموزشی دانشگاه علم و فرهنگ تهران)

## چکیده

در گذشته‌های نه چندان دور زنان روستایی دوشادوش مردان در بسیاری از کارها فعالیت می‌کردند. اما به دلیل تحولات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، در سال‌های اخیر از نقش زنان در فعالیت‌های روستایی تاحدود زیادی کاسته شده است. این امر مسائل و مشکلات اجتماعی و اقتصادی متعددی را متوجه روستاها کرده است. گردشگری یکی از فعالیت‌هایی است که به‌دلیل تنوع در مشاغل ، زمینه‌ی اشتغال و کارآفرینی بسیار زیادی برای زنان دارد و آنها به‌راحتی می‌توانند در کنار فعالیت‌های روزمره و خانگی خود به این کار بپردازند. این تحقیق با هدف تحلیل اثرات صنعت گردشگری بر اشتغال و کارآفرینی زنان روستایی، به شناخت این موضوع اقدام نموده که در یابد گردشگری بر چه جنبه هایی از ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی زنان روستایی تأثیر می‌گذارد. روش انجام تحقیق به‌صورت توصیفی- تطبیقی بوده و در جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه) استفاده شده است. جامعه‌ی آماری تحقیق شامل زنان و دختران روستاهای کندوان و اسکندان است که در مجموع هفتصد و سه تن بوده، با احتساب سی درصد از جامعه به‌عنوان نمونه، تعداد نمونه تحقیق دویست و ده تن می‌شود که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. تجزیه و تحلیل اطلاعات با بهره‌گیری از آمارهای توصیفی و استنباطی و آزمون آماری یومن ویتنی انجام گرفته است. نتایج حاصل از تحقیق بیانگر آن است که رونق گردشگری در نواحی روستایی فرصت‌های زیادی برای فعالیت زنان ایجاد کرده و محیط روستا را به یک محیط محرک و انگیزشی برای کارآفرینی زنان تبدیل کرده است. نتایج حاصل از مقایسه‌ی ویژگی‌های کارآفرینانه، حاکی از آن است که تفاوت معنی‌داری بین ویژگی‌های کارآفرینانه زنان در دو روستای بالا وجود دارد و مقدار میانگین شاخص‌های فردی کارآفرینی در بین زنان روستای کندوان نسبت به زنان روستای اسکندان، در سطح بالاتری است.

**کلیدواژه‌ها:** زنان روستایی، اشتغال، کارآفرینی، گردشگری، اسکو.

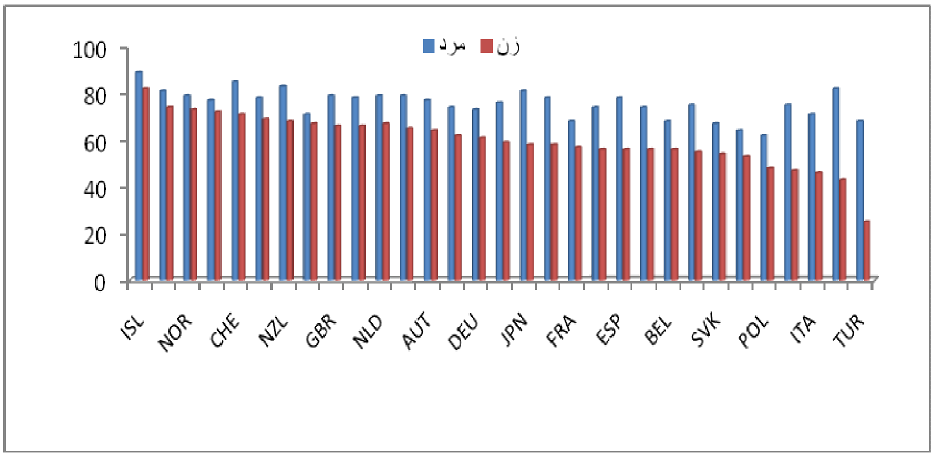
تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۱۲/۱۱ تاریخ تصویب:۱۳۹۱/۷/۱۵

**درآمد و طرح مسأله**

اهمیت نیروی انسانی در توسعهی تحولات چشمگیر دو دههی اخیر در جهان باعث شده که کـاهش نابرابریهای جنسیتی، بخش جدایی‌ناپذیر فرایند توسعه گردد. از این رو مشارکت عمومی و فراگیـر یـک جامعه در تصمیم‌گیریها، برنامه‌ریزی‌ها و کلیهی فعالیت‌ها و امور مربوط به توسعهی ملی و منطقهای بـسیار ضروری است(خسروی پور و فروشـانی، ۱۳۸۷، ۷۳). افزایش مشارکت زنان در امـور اقتـصادی، آنـان را بـه سوی توسعه فزاینده سوق داده و توان‌مند می‌سازد (خانی و احمدی، ۱۳۸۸).

بر اساس گزارش سازمان همکاری و توسعهی اقتصادی؛ استفادهی بهینه از نیروی زنان جهان می‌توانـد در افزایش رشد اقتصادی، کاهش فقر، ارتقاء سطح سلامت اجتماع و کمک به تضمین توسعه مناسـب در همه کشورها تاثیرگذار باشد. نرخ مشارکت زنان در نیروی کار به‌طـور قابـل تـوجهی در بیـشتر کـشورها نسبت به مردان پایین‌تـر اسـت(خـانی، ۱۳۸۵: ۱۰۱). گـزارش سـال ۲۰۰۸ سـازمان همکـاری و توسـعهی اقتصادی(OECD)[1] نشانگر آن است که در کشورهای عضو این سازمان به‌طور متوسـط شـصت درصـد زنان شاغل هستند (شکل ۱).

**شکل ۱) زنان در بازارکار –درصد مردان و زنان شاغل در سال ۲۰۰۶**




ماخذ: مرکز آمار نیروی کار (OECD)، ۲۰۰۸

1. Organization for Economic Cooperation and Development

در گذشته زنان روستایی به کشاورزی و فعالیت‌های مرتبط با آن می‌پرداختند، اما امروزه بر اثر پیشرفت صنعت و تکنولوژی، حتی در روستاهای کشورهای در حال توسعه نیز مشاغل غیرکشاورزی توسعه یافته است. بنابراین نه تنها در برنامه‌ریزی‌ها توجه به عوامل موثر بر مشارکت اقتصادی زنان در مشاغل خاص روستایی لازم است، بلکه به عقیده‌ی بسیاری از صاحب‌نظران، لزوم برنامه‌ریزی صحیح برای اشتغال زنان در بخش غیرکشاورزی، به‌ویژه به دلیل ویژگی‌های فیزیولوژیکی و روانی زنان ضروری به نظر می‌رسد. در این راستا، گردشگری روستایی می‌تواند فعالیت‌های اقتصادی و مشاغل گوناگونی را برای زنان به‌وجود آورد. افزایش تولیدات صنایع دستی و فروش آن، گسترش خدمات هتل‌داری، پذیرایی و حمل و نقل، افزایش تقاضاهای گردشگران برای کالاها و خدمات و گسترش فروشگاه‌های عرضه کننده نیازمندی‌های گردشگران، باعث ایجاد مشاغل جدید می‌شود، که نه تنها ساختار اقتصادی بلکه ساخت اجتماعی روستاها را نیز دستخوش دگرگونی می‌سازد.از سوی دیگر، زنان به دلیل مسؤولیت‌های خانه و تربیت فرزندان تاحدودی نیازمند اشتغالاتی متفاوت از مردان هستند. شغل زنان باید انعطاف پذیر بوده و ساعات کار، قوانین مرخصی و سایر شرایط آن تابع ویژگی و نقش‌های زنان باشد، متناسب با ویژگی‌ها و توانمندی‌های زنان باشد و آنها را دچار خستگی مفرط نکند همچنین میان نقش مادری و همسری و نقش شغلی زنان هماهنگی ایجاد کند. (احمدی و همکاران، ۱۳۸٦: ۲).

تحولات کنونی در عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روستاهای ایران، علی‌رغم پیامدهای مثبتی که جهت بهبود شرایط زیست در روستاها داشته، سبب گردیده تا از نقش فعال زنان در عرصه‌ی تولید کاسته شود (خانی، ۱۳۸۵، ۱۷۱). از سوی دیگر با توجه به شرایط اقتصادی و تغییرات فرهنگی و اجتماعی، زنان روستایی تمایل زیادی برای اشتغال دارند. ارتقاء سطح تحصیلات زنان به این موضوع دامن می‌زند. گردشگری از جمله فعالیت‌هایی است که قابلیت بالایی برای ایجاد اشتغال، خصوصاً برای زنان، دارد.تحقیق حاضر با هدف بررسی نقش و اثرات گردشگری در توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی انجام شده و در پی یافتن پاسخ برای سؤالات زیر است:

بین ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی زنان در روستاهای کندوان ( به عنوان روستای هدف گردشگری )و اسکندان (روستای غیر گردشگری )چه تفاوتی وجود دارد؟

گردشگری تا چه اندازه‌ای در توسعه‌ی فرصت‌های شغلی جدید و متنوع سازی فعالیت‌ها مؤثر بوده است؟

برای پاسخ به سؤالات بالا، ویژگی‌های کارآفرینانه و فرصت‌های شغلی در بین زنان روستاهای کندوان به‌عنوان روستایی با مقصد گردشگری و اسکندان به‌عنوان یک روستای معمولی مورد بررسی و مقایسه قرار گرفته است.

**مبانی نظری و ادبیات تحقیق**

مطالعات متعددی نشان از تأثیر ویژگی‌های فردی، از جمله جنسیت، بر دیدگاه افراد در خصوص گردشگری، دارد. نتایج مطالعه‌ای کیفی در روستاهای جاوای غربی در اندونزی نشان می دهد که تغییر معنی‌داری در تحرک جامعه در اثر توسعه‌ی سریع گردشگری ایجاد شده است. اگرچه این تغییرات برای مردم محلی تنها در زمینه های اقتصادی و اجتماعی قابل درک است، اما نتایج نشان می‌دهد نقش های جنسیتی و روابط جنسیتی به‌ویژه در میان اقشار پایین‌تر اجتماع تحت تأثیر این فعالیت قرار دارد(ویلکینسون[1] و پراتیوی،۱۹۹۵).

چیپ و فلورا[2] (۱۹۹۸) دریافتند که بسیاری از اهداف مورد نظر کشاورزی برای مردان و زنان مشابه می‌باشد، برای مثال هم مردان و هم زنان از طریق مشارکت در فعالیت‌های گردشگری به‌دنبال کسب استقلال هستند و آن را فرصتی برای حضور در اجتماع و تنوع بخشی اقتصادی می‌دانند(خانی ،۱۳۹۰: ۲٦).

غنیان و همکاران نیز در پژوهش خود دریافتند که بین انگیزه زنان و مردان از مشارکت در گردشگری تفاوت معنا داری وجود دارد (غنیان و همکاران ، ۱۳۸۹).

همچنین خانی نیز در پژوهشی که در منطقه‌ی کن و سولقان انجام داد به تفاوت درک آثار اقتصادی گردشگری در بین دو جنس پی برد و این موضوع را دلیلی بر تفاوت فرصت‌های اقتصادی برای زنان و مردان در گردشگری می داند (خانی، ۱۳۹۰).

---

1. Wilkinson
2. Chiappe & Flora

از ویژگی‌های مهم گردشگری توسعه‌ی کارآفرینی است. کارآفرینی فرآیند خلق ابتکارها و نوآوری‌ها و ایجاد کسب و کارهای جدید از طریق کشف فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع می‌باشد و کارآفرین کسی است که با کشف و شناخت فرصت‌های محیطی و بهره‌گیری مناسب از منابع بتواند در شرایط پرابهام و ریسک‌آمیز به ابتکارات و نوآوری‌ها و ایجاد کسب و کار جدید دست یازد (صابر: ۱۳۸۱، ۱٤و احمد پور، ۱۳۷۹: ٦).

لاوی دینا[1](۱۹۹۵) زنان کارآفرین را این گونه تعریف می‌کند: زنانی که به تنهایی یا با مشارکت و یا از طریق ارث، کسب و کاری را ایجاد کرده و با قبول خطرات مالی و مسؤولیّت‌های اجتماعی، اخلاقی، روانی و مالی در اداره امور روزانه شرکت جویند و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را ایجاد یا گسترش دهند تا در بازار بر رقبا غلبه یابند(گلرد، ۱۳۸٤، ۱۰۳). براش(۱۹۹۰) کارآفرینی زنان را شامل کلیه فعالیت‌های آنان در زمینه‌ی خوداشتغالی مشارکتی یا مستقل، کارفرمایی و کلیه‌ی کسب‌و کارهای تک مالکیتی و جدید می‌داند(Djiver, 2006, 3).

توسعه‌ی کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن در تئوری‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است. تئوری‌های روان‌شناسان برای توسعه‌ی کارآفرینی ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان را موردتوجه قرار داده و وجود ویژگی‌های مشخص را شرط لازم برای تحقق و توسعه‌ی کارآفرینی می‌دانند. از جمله ویژگی‌های مهم برای کارآفرینان مخاطره‌پذیری، میل به استقلال طلبی، تحمل ابهام، اعتماد به‌نفس بالا، مرکز کنترل درونی و ... نام می‌برند.

در تئوری‌های اقتصادی بیشتر به بحث نوآوری در تولید محصول و جلب سرمایه‌گذاری، ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا،ایجاد مبادله و گردش پول در اقتصاد، فراهم آوردن ابزار و تولید محصولات جدید قابل عرضه به بازار، تحمل عدم قطعیت، داشتن مهارت‌های مدیریتی، جابه‌جایی منابع اقتصادی بر اساس اصول بهره‌وری، آگاهی از فرصت‌های سودآور و کشف نشده اشاره کردند(Lordkipanidze, 2002, 65- 70). در تئوری رفتاری، کارآفرینی یکی از اساسی‌ترین وسیله «ارزش‌آفرینی[2]» شناخته شده است. کارآفرینی نیازمند اقدام کارآفرینانه برای پیگیری فرصت‌هاست(Liu, et al., 2007 :1432). طرفداران تئوری

1. Lavey Dina
2. Value creation

رفتاری، فرایند کارآفرینی را یک فرایند پیچیده‌ای دانسته که به شدّت تحت تأثیر محیط و زمینه است. ویکلوند و شفر[۱](۲۰۰۵) معتقدند که در تئوری رفتاری، کارآفرینی به مثابه یک فرآیند چند بعدی و دینامیک تلقی می شود که تحت تأثیر عوامل متعدد محیطی و فردی است. تئوری‌های تلفیقی یا اکولوژیکی نیز از دیگر تئوری‌هایی است که به کارآفرینان می‌پردازد. منظور از واژه «اکولوژی» در ادبیات کارآفرینی عبارت است از عوامل سازمانی، بخش‌اقتصادی که قرار است فعالیت کارآفرینانه در آن رخ دهد که عبارت‌اند از: زیرساخت‌های فیزیکی و ارزش‌های فرهنگی. کنت[۲](۱۹۸٤) از دو عامل کلیدی با نام «بعد عرضه و بعد تقاضا» به عنوان شرایط محیطی لازم جهت بروز و رشد کارآفرینی نام می‌برد. بعد عرضه شامل: کیفیت و کمیت منابع انسانی، تکنولوژی و منابع طبیعی و سرمایه‌ای است. از طرف دیگر بعد تقاضا شامل: نیازهای بازار و جامعه می‌باشد که در کنار بعد عرضه باعث تحصیل و بروز رفتار کارآفرینانه می‌گردد.

«رینالدز» (۱۹۹۱) و ون دن ون(۱۹۹۳)[۳] عوامل محیطی مورد نیاز جهت توسعه‌ی کارآفرینی را به دو گروه عمده «اقتصادی» و «غیراقتصادی» اساسه بندی می‌نماید. از دیدگاه ایشان عوامل اقتصادی شامل سرمایه، نیروی کار، مواد خام، تکنولوژی و میزان گستردگی و بزرگی بازار و عوامل غیراقتصادی شامل عوامل قانونی در زمینه‌ی کارآفرینی، فرصت‌های موجود در بازار از جهت تحرک اجتماعی و ایدئولوژی جامعه در زمینه کار و شغل می‌باشد. یک عامل مهم اثرگذار بر رشد و توسعه‌ی کارآفرینی در رهیافت اکولوژیکی عبارت است از زیرساخت‌های صنعتی که قرار است کارآفرینی در آن رخ دهد(اسکندری، ۱۳۸۵، ٦٨ ). سکستون و بومن آپتن(۱۹۹۱) معتقدند، کارآفرینی فرآیندی است که در آن تعامل افراد با محیط مورد بررسی قرار می‌گیرد و اعتقاد بر این است که محیط می تواند باعث پیدایش رفتار کارآفرینانه در افراد گردد(همان، ٧٤).

براساس نظر سیمور[٤](۲۰۰۳) زنان در کشورهای در حال توسعه امید اول برای ارتقای خانواده‌ها و رشد و توسعه کشورهای خود هستند. موفقیت زنان کارآفرین در این جوامع نه تنها موجب سود اقتصادی

1. Wiklound & shefer
2. kendt
3. Rinalds & vandenvan
4. Seymour

می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می‌کند(گلرد، ۱۳۸۸، ۱۳۲؛ His rich, 1985, 61). ارهان و دان[1] (۲۰۰۱) در نظریه‌ی خود عوامل انگیزشی محیطی مؤثر در کارآفرینی زنان را به دو دسته تقسیم می‌کنند: عوامل کششی و رانشی. عوامل رانشی نیازهایی مانند کافی نبودن درآمد خانواده، بیکاری، فقدان رضایت شغلی و انتخاب مشاغل قابل انعطاف به دلیل تعهدات خانوادگی را شامل و سبب ورود زنان به کسب و کار می‌شود(گلرد، ۱۳۸۸، ۱۳۵)و عوامل کششی مؤثر در کارآفرینی زنان، فرصت‌ها، شرایط و فضای کسب و کار، فرهنگ جامعه و شرایط حاکم بر محیط است که می‌تواند انگیزه‌ی زنان را برای کارآفرینی تحریک نماید.

در دهه‌ی هشتاد در بسیاری از کشورهای غربی، اقتصاد آزاد و فرهنگ کارآفرینی توسعه پیدا کرد، در این دوران تعداد زنان کارآفرین نسبت به مردان کارآفرین افزایش چشمگیری پیداکرد. به همین دلیل، بیشتر صاحب‌نظران توسعه‌ی کسب و کارهای کوچک برای زنان و حمایت از آن را به عنوان راهی جهت رهایی از مشکلات فقر و بیکاری در کشورهای در حال توسعه یاد می‌کنند( Ecevit, 2007: 4 ).

در طول دهه‌های اخیر، بخش کشاورزی در کشورهای در حال توسعه دچار تحولات بسیاری شده است و به شکل‌های مختلف بر اشتغال زنان و مردان روستایی تأثیر عمیقی به جای گذاشته است (علویون، ۱۳۸۱، ۳۱-). رشد صنعت و تکنولوژی نیز در سال‌های اخیر در برخی از کشورهای در حال توسعه با وجود این‌که فرصت‌های شغلی زیادی را به همراه آورده، اما برای زنان روستایی چندان مفید نبوده است؛ زیرا بیشتر آنها منابع درآمدزای سنتی خود را نیز از دست داده‌اند، بدون این‌که شغل جدیدی به‌دست بیاورند. چرا که بیشتر تولیدات زنان توسط تولیدات صنعتی جایگزین شده و ماشین آلات کشاورزی نیز موجب از دست رفتن بازار کار زنان در اغلب فعالیتهای کشاورزی شده است . از آن‌جا که اساساً زنان روستایی کمتر به مشاغل رسمی و اداری وارد می‌شوند، فرصت‌های شغلی برای آنان روز به روز کمتر می شود . این موضوع ریشه در پایین بودن تحصیلات و مسائل قومی و فرهنگی دارد( Leonard, 2001: 69، Lanjouw, 2001, 529). شرایط محیطی خانواده و عوامل فرهنگی و اجتماعی نیز بر سهم اندک اشتغال بیرون از خانه زنان در بازار کار تأثیر دارد(Vendrik, 2000, 7). از سوی دیگر ، زنان بیشتر در زمینه‌هایی که به سرمایه‌گذاری زیادی نیاز ندارد، زمینه‌ی فعالیت بیشتری دارند؛ مانند: فعالیت‌های خدماتی،

1. orhan, M.Scott Don

گردشگری و کشاورزی. علاوه بر این، بسیاری از زنان علاقمند به فعالیت در کسب و کارهایی هستند که ریسک کمتری دارند. زنان تمایل دارند کسب و کار خود را به آرامی شروع کنند، ریسک پذیری کمتری نسبت به مردان دارند، و سعی می‌کنند وام نگیرند(Talves & Laas, 2004).

گردشگری یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی جهان است که فرصت‌های شغلی و پایداری اقتصادی در بسیاری از کشورها ایجاد کرده است. آخرین تحقیقات نشان می‌دهد که صنعت گردشگری ۲۳٤/۳ میلیون شغل و بیش از ۱۰/۳ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی را به خود اختصاص داده است(WTTO, 2007).گردشگری به طور فزاینده‌ای به یک نیروی کلی تغییر، به ویژه در کشورهای در حال توسعه تبدیل شده است. گردشگری فرصت‌های زیادی برای ایجاد درآمد و استقلال اقتصادی زنان فراهم می‌کند و به بهبود اقتصادی و اجتماعی زنان کمک می‌کند. زنان به طور معمول مشاغل گردشگری را در کنار وظایف سنتی خانگی خود (به عنوان مثال، ارائه اتاق و محل اقامت، مرتب و تمیز کردن محل اقامت گردشگران و تولید صنایع دستی) انجام می‌دهند(Duarte & Morais, 2005, 1). از سوی دیگر اشتغال در بخش گردشگری فرصت‌های متفاوتی را به‌وجود آورده و قادر است روابط جنسیتی درون جوامع را تغییر دهد(خانی، ۱۳۹۰: ۲۸ ).

بیش از هفتاد و پنج درصد از فقرای جهان در نواحی روستایی زندگی می‌کنند. مقصدهای گردشگری زیادی، نیز در مناطق روستایی است. بنابراین گردشگری می‌تواند یکی از بخش‌های مهم اقتصاد روستایی باشد و توسعه گردشگری در مناطق روستایی به عنوان راهی برای توزیع درآمدها و کاهش فقر به حساب می‌آید (Holland et.al., 2003, 3; Elliott, 1997, 262). برای جوانان و زنان، کسب و کارهای خانگی، نقطه‌ی شروع مناسبی برای راه اندازی کسب کار شخصی است، زیرا راه اندازی آن در مقایسه با دیگر انواع کسب و کارها به دلیل تنوع و عرضه ی محصول و خدمات یا تنوع در زمان و مکان عرضه خدمات و محصول، طرفداران زیادی پیدا کرده است و بسیاری از دولت ها سعی می‌کنند راه اندازی آن را در میان اقشار مختلف مردم به ویژه زنان رواج دهند. در اقتصاد جهانی، زنان کارآفرین به‌عنوان یک نیروی پر جنب و جوش و عامل رشد و توسعه‌ی اقتصادی به‌حساب می‌آیند. البته علی‌رغم افزایش تعداد زنان خود اشتغال در بسیاری از کشورها، زنان کارآفرین هنوز بخش کوچکی از کل جمعیت را تشکیل می‌دهند(Gray & Hervey,2005, 203).

تحقیقات مختلف نشانگر آن است که زنان و مردان کارآفرین هر دو به دلیل احساس نیاز بـه کـسب و کار و استقلال فردی وارد عرصه کارآفرینی شده‌اند و در بسیاری از موارد تحت تاثیر ناکامی یا نارضایتی از شغل قبلی خود به‌صورت هدفمند، پرشور و پرانرژی عمل می‌کنند، اما از جهات دیگر تفاوت‌هـایی بـین آنها وجود دارد این تفاوت‌ها را می‌توان در انگیزه‌های اولیه، نوع سرمایه‌گـذاری، ویژگـی‌هـای شخـصیتی، سوابق کاری و نوع مشاغلی که بدان روی آورده‌اند، مشاهده نمود(صابر، ۱۳۸۱، ۱۷-۲۰). جدول شـماره(۱) مهمترین تفاوت‌های کارآفرینی زنان و مردان را نشان می‌دهد.

**جدول۱) تفاوت‌های زنان کارآفرین با مردان کارآفرین**

| ج | مردان کارآفرین | زنان کارآفرین |
|---|---|---|
| **انگیزه** | فعالیت، در دست گیری و مهار امور، استقلال شخصی- باور به اینکه موقعیت حال حاضر آنها مطابق شأن آنها نیست و کارشان بی‌اهمیت است. احساس رضایت از کار که از نیاز به خودکنترلی منشاء می‌گیرد. | فعالیت، وفاداری به هدف، استقلال و انجام کار به تنهایی، احساس نیاز به رضایت از کار که از نارضایتی از کار قبلی منشاء می‌گیرد. |
| **نقطه‌ی شروع** | نارضایتی از کار فعلی، کار فرعی، ارتقاء به شغل بهتر، اخراج و یا معلق شدن از کار | نارضایتی از کار، علاقه و بازشناسی موقعیت تغییر در محیط پیرامون(روابط شخصی) |
| **منابع مالی** | دارائیها و پس‌انداز شخصی، سرمایه‌گذاری و وام بانکی، وام از دوستان یا خانواده | دارائیها و پس‌اندازهای شخصی، قرض شخصی |
| **سوابق حرفه‌ای** | تجربه در زمینه کار، شناسایی یک متخصص یا کسی که در این زمینه کار فراوانی انجام داده، دارای شایستگی در عملیات مختلف کاری | تجربه در زمینه کار، سابقه متوسط مدیریتی یا اداری در زمینه کار، سابقه انجام امور خدماتی |
| **ویژگی‌های شخصیتی** | خودرای و مستبد، هدفمند، مبتکر و ارمانگرا، اعتماد به نفس بالا، پرشور، پر انرژی و پرحرارت، رئیس خود بودن | انعطاف پذیر و ملایم، هدفمند، واقع‌بین و خلاق، اعتماد بنفس متوسط، پرشور و پرانرژی، توانایی بالا در انطباق با محیط اجتماعی و اقتصادی |
| **سوابق فردی** | سن شروع به‌کار ۲۵ تا ۳۵ سال، دارای پدر خود | سن شروع به کار ۳۵ –۴۵ سال، دارای |

| | | |
|---|---|---|
| | اشتغال، مدرک‌دانشگاهی(معمولا مهندسی) یا تجاری یا فنی، اولین فرزند خانواده | پدرخوداشتغال، فارغ‌التحصیل دانشگاه- مدرک هنرهای زیبا، اولین فرزند خانواده |
| **گروه‌های حامی** | دوستان، آشنایان حرفه‌ای، همکاران، همسر | دوستان نزدیک، همسر، خانواده، گره‌های حرفه‌ای زنان، انجمن‌های تجاری |
| **نوع مشاغل راه‌اندازی‌شده** | کارخانه داری یا ساختمان سازی | خدمات وابسته، خدمات آموزشی یا مشاوره‌ای |

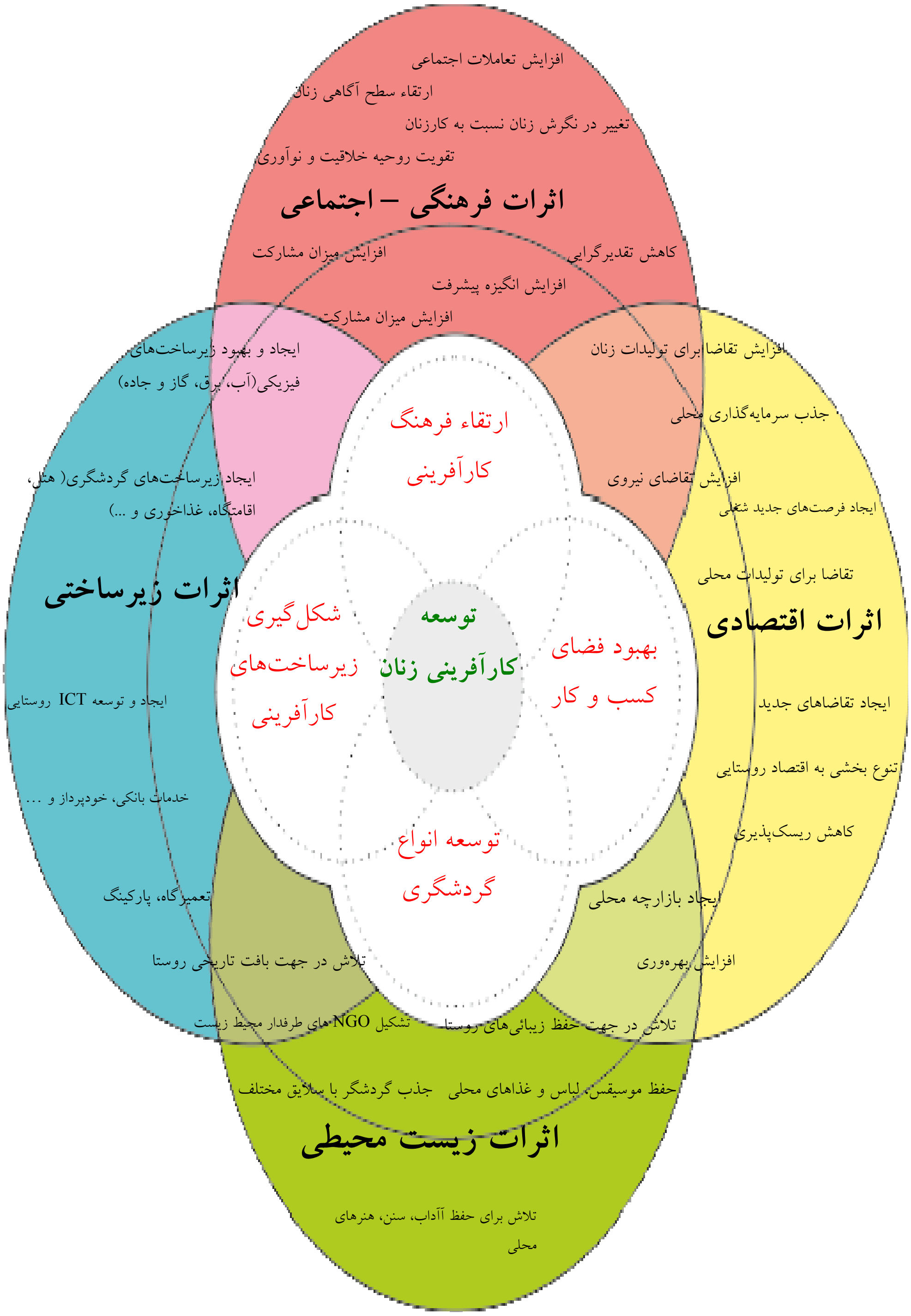
مأخذ: Hisrich, 1985, 70

زنان در عرصه‌ی کارآفرینی محدودیت‌های زیادی را تجربه می‌کنند. برخی از این محدودیت‌ها ناشی از کلیشه‌های جنسیتی موجود در جامعه است که مهمترین وظیفه‌ی زنان را خانه داری می‌داند. علاوه بر این‌ها وجود تبعیض‌های مختلفی که در سطح عمیقی از رفتارهای فرهنگی حاکم بر جوامع تثبیت شده، نیز سبب می شود که زنان کارآفرین، بزرگترین گروه از جمعیتی را تشکیل دهند که از چنین اعمال تبعیض‌آمیز شغلی و تجاری رنج می‌برند(هاشمی‌نژاد، ۱۳۸٤: ۵ و عراقی، ۱۳۸۱).

**چارچوب نظری تحقیق**

ترویج و توسعه‌ی کارآفرینی نیازمند محیطی مناسب و انگیزشی است. گردشگری با تأثیری که بر شرایط فرهنگی –اجتماعی، اقتصادی، زیرساخت‌ها و اکولوژیکی دارد، از طریق افزایش انگیزه پیشرفت ، تغییر نگرش‌ها، افزایش مشارکت و ارتقاء روحیه‌ی خلاقیت و نوآوری محیط را جهت ارتقاء فرهنگی –اجتماعی آماده می سازد. علاوه بر این‌ها موجب رشد سرمایه گذاری‌ها، گسترش بازارهای محلی، ایجاد اشتغالات جدید و تنوع بخشی به اقتصاد روستا اثرات اقتصادی مهمی برجای می گذارد. در کنار آن موجب توسعه‌ی زیرساخت‌های مختلف و حفظ محیط زیست می‌شود که همه‌ی این‌ها در نهایت ارتقاء فرهنگ کار آفرینی، بهبود فضای کسب و کار، توسعه انواع گردشگری و توسعه‌ی زیرساخت‌های لازم برای گردشگری را به‌دنبال خواهد داشت که می‌تواند محیط را برای توسعه‌ی کارآفرینی مساعد نماید. لذا چارچوب نظری تحقیق با بررسی اثرات گردشگری بر محیط و تأثیر آن بر محیط روستا در جهت انگیزش و محرک کارآفرینی با توجه به مطالعات پیشین و مبانی نظری، در شکل (۲) نشان داده شده است.

**شکل ۲) اثرات گردشگری بر عوامل مؤثر بر کارآفرینی و توسعه‌ی کارآفرینی زنان**



**روش تحقیق**

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و بر اساس روش توصیفی و تطبیقی بوده و در جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها از روش‌های اسنادی و میدانی(پرسشنامه، مشاهده و مصاحبه) استفاده شده است. این تحقیق در مورد زنان و دختران روستاهای کندوان و اسکندان صورت گرفته و برای این کار ویژگی‌های کارآفرینان و همچنین فرصت‌های کسب و کار در دو روستای کندوان به‌عنوان یک روستای گردشگرپذیر و روستای اسکندان به‌عنوان یک روستای معمولی هر دو واقع در دهستان سهند مورد بررسی قرار گرفت. در تحقیق حاضر از یک پرسشنامه که حاوی چهل و نه سؤال بوده، استفاده شده است، تعداد پنج سؤال از سؤالات پرسشنامه مربوط به اطلاعات جمعیتی از قبیل سن، جنس، میزان تحصیلات، وضعیت شغلی و نوع شغل بوده و چهل و چهار سؤال دیگر، شاخص‌های کارآفرینی و فرصت‌های کسب و کار را مورد مطالعه و سنجش قرار می‌دهد این سؤالات به‌صورت پنج گزینه‌ای و در مقیاس لیکرت طراحی شده است. قبل از انجام تحقیق پایایی از طریق آلفای کرونباخ برابر با هشتاد و پنج درصد محاسبه شده و همچنین روایی آن با استفاده از نظرات صاحب‌نظران و کارشناسان کارآفرینی و گردشگری، سنجش و تأیید شد.

جامعه آماری تحقیق زنان و دختران روستاهای کندوان و اسکندان بودند که تعداد آنها به ترتیب برابر با سیصد و یک و چهارصد و دو تن بوده که بترتیب ۵۰,۰۸ و ٤۸,۰۲ درصد از جمعیت این روستاها را تشکیل می‌دهند.با احتساب سی درصد از جامعه به‌عنوان نمونه، تعداد نمونه تحقیق دویست و ده تن برآورد می‌شود که با توجه به جمعیت زنان دو روستا تعداد نود تن از دختران و زنان روستای کندوان و صد و بیست تن هم از روستای اسکندان با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمارهای توصیفی و استنباطی و آزمون یومن ویتنی شده است.

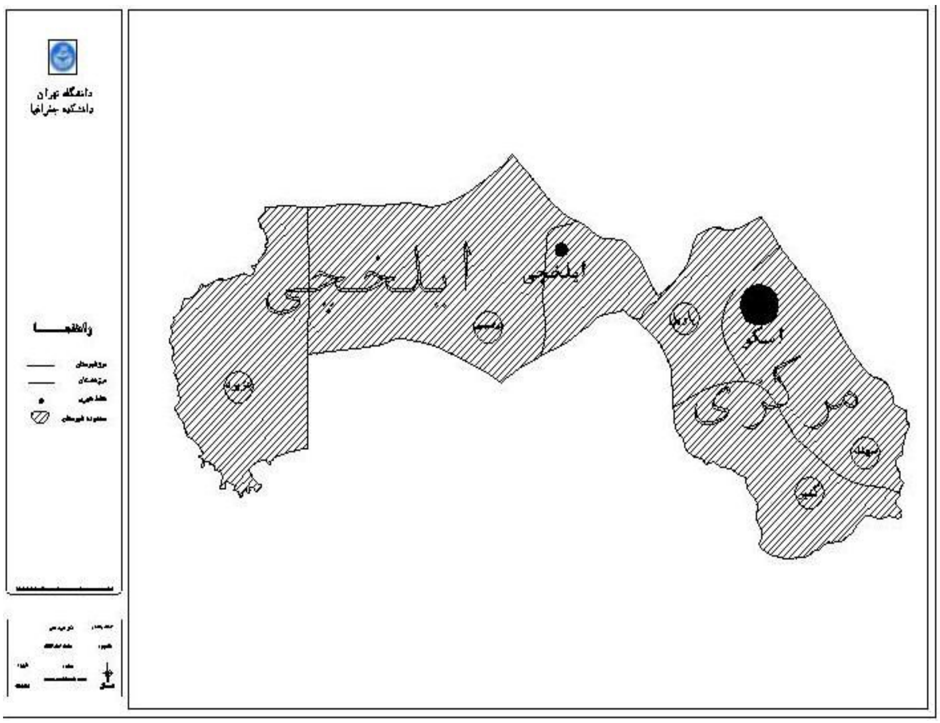
**ویژگی‌های منطقه‌ی مورد مطالعه**

روستای کندوان در منطقه‌ی کوهستانی و سردسیر آذربایجان، در ارتفاع بیش از دو هزار و دویست متر در دامنه‌ی شمالی کوه سهند قرار دارد(سامع سردرودی، ۱۳۷۹، ۳۷). این روستا یکی از سه روستای صخره‌ای و تاریخی جهان به شمار می‌رود و از این‌که زندگی عادی درخانه‌ی صخره‌ای موجود درآن

هنوز هم ادامه دارد، در نوع خود بی‌نظیر و منحصر به فرد می‌باشد و به روستاهای مشابه خود در منطقـه‌ی داکوتای آمریکا و کاپادوکیای ترکیه (روستای گورمه) فوق‌العاده مزیت دارد(اسدی و آورجانی، ۱۳۸۶).

برخی از باستان شناسان قدمت این روستا را به دوره‌های پیش از اسلام نسبت می‌دهنـد. ایـن روسـتا براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵ ، صد و شصت و هشت خانوار و ششصد و یک تن جمعیت داشته که به کار کشاورزی، دامداری، صنایع دستی و فعالیت‌های خدماتی اشتغال دارند. آن چه به کندوان هویت باستانی داده، وجود صد و هفده خانوار و منزل مسکونی در درون توده‌های مخروطـی و هرمی شکل صخره‌ای است. آب معدنی روستای کندوان نیز شهرت ملی دارد و اثرات درمانی آن بـه‌ویـژه در درمان بیماریهای کلیوی بسیار مؤثر و شفابخش اسـت ( زنـده دل، ۱۳۷۹، ۱۶– ۲۱).گردشـگری در ایـن منطقه، بخش مهمی از اشتغالات اهالی را شکل داده و فرصت های متنوع و درآمدزا را ایجاد کرده است.

**نقشه ۱) شهرستان اسکو به تفکیک بخش و دهستان**




مأخذ: مرکز آمار ایران، ۱۳۸۷

**یافته‌های تحقیق**

وضعیت اشتغال و بیکاری می‌تواند یکی از مؤلفه‌های بسیار مهم در خصوص تفاوت در وجـود فرصت‌های شغلی، مناسب بودن شرایط، زمینه‌ها و زیرساخت‌های اشـتغال و کـارآفرینی و مـساعد بـودن زمینه برای فعالیت باشد. در مورد زنان این مسأله می‌تواند گویای یکی دیگر از عوامل مهـم یعنـی فرهنـگ مساعد و همراه با اشتغال و کارآفرینی باشد. همان‌گونه که در جدول ۲ نیز قابـل ملاحظـه اسـت، تفـاوت بسیار زیادی بین تعداد و درصد اشتغال و بیکاری زنان در دو روستای کندوان و اسکندان وجود دارد.

**جدول ۲) وضعیت اشتغال و بیکاری در روستاهای مورد مطالعه در سال ۱۳۸۸**

| روستای محل سکونت | شاغل | | بیکار | |
|---|---|---|---|---|
| | تعداد | درصد | تعداد | درصد |
| کندوان | ٦٤ | ۷۱/۱ | ٢٦ | ۲۸/۹ |
| اسکندان | ۵۹ | ٤٩/۲ | ٦١ | ۵۰/۸ |

مأخذ: یافته‌های میدانی نگارندگان، ۱۳۸۸

ترکیب اشتغال یکی دیگر از مؤلفه‌های اصلی در بررسی وضعیت کارآفرینی است. دربیـشتر روسـتاها فعالیت غالب کشاورزی بوده و اکثر صاحب نظران توسعه معتقدند توسعه‌ی روستایی نیازمند متنوع سازی اقتصاد روستایی است. این موضوع در خصوص اشتغال زنان با توجه به شرایط جامعه بسیار حیاتی است. ترکیب اشتغال در دو روستای مذکور، نشان از تفاوت‌های معنی دار بین توزیع و ترکیب اشتغال زنان دارد. همان‌گونه که در جدول (۳) نیز مشخص اسـت، در روسـتای کنـدوان بـه‌عنـوان یـک روسـتای مقـصد گردشگری خدمات با ٤٢/٢ درصد بیشترین بخش از اشتغال زنان را به خود اختـصاص داده و پـس از آن صنعت با ۳۱/۲ درصد و کشاورزی با کمترین مقدار یعنی ٢٦/٦ درصد می باشد. این ترکیـب در روسـتای اسکندان برعکس بوده و مثل بیشتر روستاهای معمولی، کشاورزی بیشترین تعداد شاغلان را در خود دارد.

**جدول ۳) وضعیت اشتغال زنان در دو روستای کندوان و اسکندان در سال ۱۳۸۸**

| روستای محل سکونت | جمع | کشاورزی | | صنعت | | خدمات | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | تعداد | درصد | تعداد | درصد | تعداد | درصد |
| کندوان | ٦٤ | ۱۷ | ۲٦/٦ | ۲۰ | ۳۱/۲ | ۲۷ | ٤۲/۲ |
| اسکندان | ۵۹ | ۳۸ | ٦٤/٤ | ۱۱ | ۱۸/٦ | ۱۰ | ۱۷ |

مأخذ: یافته‌های میدانی نگارندگان، ۱۳۸۸

یکی از تعاریف اصلی کارآفرینی ایجاد و راه اندازی کسب و کار است. در این تحقیق برای آگـاهی از وضعیت کارآفرینی در روستاهای مذکور تعداد زنانی کـه خـود مـستقلا کـسب و کـاری را راه انـدازی و مدیریت می‌کنند، مورد پژوهش قرار گرفت که نتایج حاصل از تحقیق نشانگر آن است که تقریبـا چهـل و هفت درصد از زنان شاغل در روستای کندوان خود کسب و کاری را راه‌اندازی و مدیریت می‌کنند و ایـن مهم در روستای اسکندان بیست و هفت درصد است.

**جدول ٤) وضعیت اشتغال زنان روستاهای کندوان و اسکندان**

| روستای محل سکونت | صاحب کسب و کار مستقل | | کار در کنار خانواده | | سایر | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | تعداد | درصد | تعداد | درصد | تعداد | درصد |
| کندوان | ۳۰ | ٤٦/۹ | ۲۸ | ٤۳/۷ | ٦ | ۹/٤ |
| اسکندان | ۱٦ | ۲۷/۱ | ۳۹ | ٦٦/۱ | ٤ | ٦/۸ |

مأخذ: یافته‌های میدانی نگارندگان، ۱۳۸۸

درک و شناسایی فرصت‌ها از جمله ویژگی‌های مهم کارآفرینان است. محیط‌هـایی کـه فرصـت‌هـای بالقوه و بالفعـل زیـادی بـرای ایجـاد کـسب و کـار دارنـد، در بـالا بـودن درک و شناسـایی فرصـت‌هـا تأثیرگذارترند.

**جدول۵) میانگین درک فرصت‌ها در بین زنان و دختران روستاهای کندوان و اسکندان**

| گویه‌ها | مقدار میانگین | | نتایج آزمون |
|---|---|---|---|
| | کندوان | اسکندان | |
| وجود فرصت‌های زیاد برای کسب و کار | ۹۰ | ٦٤,١٩ | ۰/۰۰۰ |
| وجود زمینه‌های زیاد برای سرمایه‌گذاری | ۹۱,۲۹ | ۳۵ | ۰/۰۰۰ |
| وجود فرصت‌های ایجاد کسب و کارهای جدید | ٨٦,٢٤ | ۳۹,٦٦ | ۰/۰۰۰ |
| وجود تنوع شغلی در روستا | ۷۸,۹۳ | ٤٦,۳۹ | ۰/۰۰۰ |
| مردم جوانان را به کسب و کارهای جدید تشویق می‌کنند | ٨٤,۳۱ | ٤١,٤۳ | ۰/۰۰۰ |

مأخذ: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۸۸

**جدول ٦) نتایج جدول آزمون من ویتنی در خصوص ایجاد فرصت‌های جدید اشتغال**

| آزمون | نتایج |
|---|---|
| من ویتنی | ۲٦۹,۵۰۰ |
| معنی داری Asym.sig(2-tailed) | ۰.۰۰۰ |

نتایج تحقیق، نشانگر تفاوت‌های بسیار زیاد از نظر نوع مشاغل موجود در دو روستاست. برای مثال در روستای کندوان مشاغلی همچون فروشگاه و نمایشگاه صنایع دستی، مغازه‌های فروش محصولات محلی اعم از خشکبار، انواع گیاهان دارویی و خوراکی به‌صورت خشک و تر، غذاخوری، کترینگ و پذیرایی، اجاره اتاق، کار در هتل، تولید انواع صنایع دستی جهت فروش در روستا، تهیه و فروش غذاهای محلی، بازار محلی برای فروش محصولات فصلی برای گردشگران و ... وجود دارد که این نوع مشاغل و کسب و کار را در روستای اسکندان با وجود استقرار در نزدیکی روستای کندوان نمی‌توان دید. این امر حاکی از تأثیر گردشگری بر ایجاد کسب و کارهای جدید و توسعه‌ی خوداشتغالی و کارآفرینی در این روستاست. به‌طوری‌که تعدادی از اهالی روستاهای اطراف در فصول گردشگری محصولات و تولیدات محلی خود را جهت عرضه به گردشگران به بازار این روستا می‌آورند.

**تأثیر گردشگری بر ویژگی‌های کارآفرینانه**

صاحب‌نظران علوم مختلف عوامل زیادی را در انگیزش ویژگی‌های کارآفرینانه و توسعه‌ی کارآفرینی مؤثر می‌دانند، که عوامل محیطی از اهم آن است. در واقع صاحب‌نظران معتقدند که محیط تأثیر زیادی بر ایجاد انگیزه و رفتارهای کارآفرینانه دارد. یک محیط پویا و مناسب از نظر فضای کارآفرینانه و دارای پتانسیل‌ها و فرصت‌های مناسب می‌تواند محرکی برای بروز رفتارهای کارآفرینانه و توسعه‌ی کارآفرینی باشد. لذا در این تحقیق با در نظرگرفتن موارد بالا تأثیر دو محیط متفاوت روستایی را بر ویژگی‌های مهم کارآفرینانه (ریسک‌پذیری، خلاقیت و نوآوری، تحمل ابهام و اعتماد بنفس) زنان روستایی مورد مقایسه قرار دادیم که نتایج حاصل در جدول (٦) آورده شده است.

**جدول ۷) وضعیت ویژگی‌های کارآفرینانه دربین زنان و دختران روستاهای کندوان و اسکندان**

| شاخص | گویه‌ها | مقدار میانگین | | نتایج آزمون |
|---|---|---|---|---|
| | | کندوان | اسکندان | |
| ریسک پذیری | توانایی مواجه با چالش‌ها و سختی‌ها | ٧٤/٣٣ | ٥٠/٦٣ | ٠/٠٠٠ |
| | ترجیح روشهای نو به روشهای سنتی(قدیمی و مطمئن) | ٧٧/٣٣ | ٤٧/٨٧ | ٠/٠٠٠ |
| | علاقه‌مندی به کارهای سخت و جدید نه انجام پروژه‌های معمولی و آسان | ٧٤/٤٧ | ٥٠/٥٠ | ٠/٠٠٠ |
| | تمایل به انجام ریسک‌های حساب شده | ٧٨/٢٥ | ٤٧/٠٢ | ٠/٠٠٠ |
| | عدم ترس از ابتکار و پیشقدم بودن | ٧٢/١٤ | ٥٢/٦٥ | ٠/٠٠٢ |
| | لذت بردن از ریسک مالی و شخصی | ٧٥/٩٥ | ٤٦/٩٨ | ٠/٠٠٠ |
| | علاقمندی نسبت به انجام کارهای جدید و غیر معمول | ٧٥/٥٣ | ٤٩/٥٣ | ٠/٠٠٠ |
| | پذیرش قرض پول از افراد دیگر برای انجام کاری درآمدزا | ٧٥/٤٢ | ٤٩/٦٣ | ٠/٠٠٠ |
| | داشتن روحیه‌ی بلند پروازانه | ٨٩/٨١ | ٣٦/٣٧ | ٠/٠٠٠ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | جمع شاخص ریسک پذیری | ۷۷/۰۲ | ٤٤/۹۰ | ۰/۰۰۰ |
| **خلاقیت و نوآوری** | همواره کنجکاو و به فکر کشف چیز جدیدی بودن | ۷۲/٤٤ | ٥۲/۳۸ | ۰/۰۰۱ |
| | توانایی کشف و تلفیق راه و روش‌های جدید برای حل یک مشکل | ۷٤/٦۱ | ٥۰/۳۸ | ۰/۰۰۰ |
| | همواره به فکر شروع کارهای جدیدی بودن | ٦۷/۳۹ | ٥۷/۰۳ | ۰/۰۲۰ |
| | تلاش برای شروع پروژه‌های ناشناخته و جدید | ٦۸/۲۲ | ٥٥/۲٥ | ۰/۰۲۳ |
| | داشتن ایده‌های جدید و متنوع | ۷٤/۰٥ | ٤۸/۹۲ | ۰/۰۰۰ |
| | جمع شاخص خلاقیت و نوآوری | ۷۱/۳٤ | ٥۲/۷۹ | ۰/۰۰۳ |
| **تحمل ابهام** | فرار نکردن از موقعیت‌های سخت و مشکل | ٦٥/٥۷ | ٥۸/۷۱ | ۰/۲٦۲ |
| | استقبال از تغییر زندگی و قرار گرفتن در موقعیت‌های مبهم و نامعلوم | ۷۳/٥٦ | ٥۱/۳٤ | ۰/۰۰۰ |
| | تمایل به قرارگرفتن در موقعیت‌های نامعلوم و مبهم | ۷٥/۹٥ | ٤٦/۹۸ | ۰/۰۰۰ |
| | مدیریت مناسب فشار و استرس در شرایط مبهم و نامعلوم | ٦۷/۰۱ | ٥۸/۳۰ | ۰/۰۲۳ |
| | جمع شاخص تحمل ابهام | ۷۰/٥۲ | ٥۳/۸۳ | ۰/۰۰۹ |
| **اعتماد به‌نفس** | توانایی در فراهم آوردن ابزارهای لازم برای ایجاد کسب و کار | ۷۳/٥٦ | ٥۱/۳٤ | ۰/۰۰۰ |
| | اطمینان به کسب موفقیت در هنگام روبرویی با طرح یا پروژه | ۷٥/٦٥ | ٤۹/٤۱ | ۰/۰۰۰ |
| | باور به توانستن و اینکه هر چیزی ممکن می باشد | ۷۱/۳۳ | ٦۸/٤۰ | ۰/۱۰۸ |
| | ممکن دانستن چیزی که دیگران آنرا مشکل می‌دانند | ۷۳/۲٦ | ٥۱/٦۲ | ۰/۰۰۰ |
| | جمع شاخص اعتماد بنفس | ۷۳/٤٥ | ٥٥/۱۹ | ۰/۰۰۲ |

مأخذ: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۸۸

نتایج حاصل از تفاوت میانگین‌ها حاکی از آن است که در تمامی گویه‌ها تفاوت معنی‌داری بین میـزان ریسک پذیری در بین زنان دو روستای کندوان (به‌عنوان روستای مقصد گردشـگری) و اسـکندان (بـه‌عنـوان روستای معمولی) وجود دارد و مقدار میانگین در هر یک از گویه‌ها و همچنین در مجموع گویه در بین زنان روستای کندوان بیشتر از زنان روستای اسکندان است و این موضوع نشان می‌دهد که میزان ریسک پذیری در بین زنان روستای کندوان نسبت به اسکندان در سطح بالاتری قرار دارد.

ویژگی و شاخص بعدی خلاقیت و نوآوری است که با استفاده از پنج گویه در بـین زنـان دو روسـتا مورد مقایسه قرار گرفته است. در خصوص ایـن ویژگـی نیـز همچـون ویژگـی ریـسک‌پـذیری تفـاوت معنی‌داری در تمامی گویه‌ها و مجموع شاخص خلاقیت و نوآوری وجود دارد و مقدار میانگین نیز در بین زنان روستای کندوان نسبت به زنان روستای اسکندان بالاست و این نشان می‌دهد که ویژگـی خلاقیـت و نوآوری در بین زنان روستای کندوان نسبت به اسکندان در سطح بالاتری قرار دارد.

سومین ویژگی و شاخص کارآفرینی که در بین زنان دو روستا مورد مقایسه قرار گرفتـه، تحمـل ابهـام است. این شاخص نیز با استفاده از چهار گویه مورد سنجش قرار گرفته و نتایج حاصل نشان می‌دهد که به جز گویه اول «توانایی مواجهه با موقعیت‌های سخت و مشکل» در سایر گویه‌ها تفاوت معنی‌داری بـین مقـدار میانگین‌ها وجود دارد. مجموع میانگین گویه‌ها نیز تفاوت معنی‌داری بین زنان دو روستا نشان می دهد.

آخرین شاخص و ویژگی مورد مقایسه اعتماد بنفس است که توسط چهار گویه مـورد بررسـی قـرار گرفته که نتایج حاصل نشان می‌دهد بجز سومین گویه« باور بـه توانـستن، و ایـن‌کـه هـر چیـزی ممکـن می‌باشد» در سایر گویه‌ها تفاوت میانگین‌ها معنی‌دار بوده و همچنین میزان میانگین در تک تک گویه ها بـه جز گویه‌ی سوم و همچنین در مجموع شاخص در بین زنان روسـتای کنـدوان بیـشتر از زنـان روسـتای اسکندان است و می توان گفت که اعتماد به‌نفس در بین زنان روستای کندوان بـه‌عنـوان روسـتای مقـصد گردشگری بالاتر از زنان روستای اسکندان است.

**نتیجه‌گیری و پیشنهادها**

نتایج حاصل از تحقیق حاکی از آن است که میزان اشتغال زنان در روستاهای مقصد گردشگری نسبت به روستاهای دیگر بیشتر است و این به دلیل وجـود فرصـت‌هـای زیـاد و متنـوع کـسب و کـار در ایـن

روستاهاست. همچنین ماهیت کسب و کارهای گردشگری به زنان این امکان را می‌دهد تا به‌صورت پاره وقت و در کنار امور مربوط به خانه داری و در محل سکونت خود (به‌صورت کسب و کار خانگی) به این‌گونه اشتغالات بپردازند. همچنین مطالعات نشان داد که در روستای گردشگرپذیر، بیشترین درصد اشتغال در بخش صنعت و خدمات بوده، حال آن‌که در روستای دیگر بخش عمده‌ای از نیروی کار زنان در کشاورزی متمرکزاند. همچنین یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که رونق گردشگری در روستای کندوان باعث توسعه‌ی زیرساخت‌هایی از جمله خدمات بانکی، هتل، پارکینگ، خدمات ارتباطی، ایجاد فرصت‌های جدید کسب و کار، افزایش توان مالی روستاییان و سرمایه‌گذاری در روستا، ارتقاء سطح آگاهی‌ها و بهبود شرایط فرهنگی و تغییر نگرش نسبت به فعالیت زنان شده و این موضوع باعث ایجاد انگیزه برای مشارکت بیشتر و انگیزش ویژگی‌های کارآفرینانه زنان روستایی شده است.

با توجه به نتایج بالا، برای توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی پیشنهاد می‌شود پتانسیل‌های هریک از روستاها، مورد شناسایی قرار گیرد تا بتواند در کنار فعالیت‌های سنتی روستاها، فرصت های جدیدی برای راه‌اندازی کسب و کارها ایجاد شود. در این زمینه، با توجه به افزایش ظرفیت‌های کارآفرینی در روستاهای هدف گردشگری و سایر روستاهایی که پتانسیل گردشگری دارند، برنامه‌ریزی جهت توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی امکان بهره مندی بیشتر از این پتانسیل را فراهم می سازد.

## کتابنامه


۱. آل آقا، فریده. (۱۳۸٤). شناسایی مشاغل درآمدزا برای زنان روستایی و تعیین نیازهای آموزشی و مهارت‌های متناسب با آن. مجله‌ی پژوهش زنان. دوره ۳. شماره ۱. صص ۱٦۹ –۱٤۷.

۲. احمدپور داریانی، محمود؛(۱۳۷۹). کارآفرینی: تعاریف. نظریات. الگو؛ چاپ دوم. تهران. انتشارات. شرکت پردیس.

۳. احمدی، نهال و باغبان، ایران و فاتحی‌زاده. مریم‌السادات.(۱۳۸٦). کسب و کار خانگی: راهی به سوی خوداشتغالی زنان و کارآفرینی در خانه. مرکز اطلاعات و آمار شورای فرهنگی اجتماعی زنان.

٤. اسکندری، فرزاد.(۱۳۸۵). بررسی و تبیین راهکارهای توسعه‌ی کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشاورزی ایران. رساله جهت اخذ مدرک دکتری. اساتید راهنما. حسینی. سید محمود و کلانتری. خلیل. دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی. دانشگاه تهران.

۵. ایمنی قشلاق، سیاوش . (۱۳۸۸) نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی جوانان روستایی. (مطالعه موردی: روستای کندوان. دهستان سهند شهرستان اسکو). پایان نامه کارشناسی ارشد. استاد راهنما خانی. فضیله. دانشکده جغرافیا. دانشگاه تهران .

٦. خانی، فضیله. (۱۳۸۵). توسعه روستایی و چالش‌های اشتغال زنان. مجله پژوهش‌های جغرافیایی. شماره ۵۵. صص. ۱۷۱–۱۸۸.

۷. ______.(۱۳۸۵b) . جنسیت و توسعه . انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی . وزارت علوم . تحقیقات و فن آوری .

۸ ______ . (۱۳۸۸). تبیین عوامل مؤثر بر مشارکت زنان در تصمیم گیر ی های اقتصادی- اجتماعی در مناطق روستای(مطالعه‌ی موردی: محدوده ی روستایی چیر-یامچی شهرستان زنجان) . زن در توسعه و سیاست (پـژو هش زنان ) شماره ۲۷. زمستان صص ۹۵-۱۱۳.

۹. ______ . (۱۳۹۰). تحلیل جنسیتی از درک آثارگردشگری . مجله‌ی توسعه روستایی . سال سوم . شماره ٤. بهار و تابستان.

۱۰. خسروی پور، بهمن و فروشانی، ناهید. (۱۳۸۷). ضرورت و اهمیت مشارکت زنان روستایی در برنامه‌های ترویجی. مجله کار و جامعه. شماره ۱۰٤–۱۰۵. صص ۷۲– ۸۱

۱۱. شعبانعلی فمی، حسین و اسدی، علی و چوبچیان، شهلا.( ۱۳۸٦). آشنایی با شیوه‌های خوداشتغالی. تهران. انتشارات دانشگاه پیام نور.

۱۲. صابر، فیروزه. (۱۳۸۱). راههای توسعه کارآفرینی زنان در ایران. تهران. انتشارات. روشنگران و مطالعات زنان.

۱۳. غنیان، منصور و قدیری معصوم، مجتبی و مطیعی لنگرودی، سیدحسن و زرافشانی، کیومرث. (۱۳۸۹). تحلیل ابعاد گردشگری روستایی با روی کرد جنسیتی از دیدگاه جامعه ی میزبان (مطالعه ی موردی منطقه‌ی اورامان . در مجله زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان ). شماره ۳۰. پاییز ۱۳۸۹ ص ۹۳

۱٤. علویان، سید محمدرضا. (۱۳۸۱). کار زنان در حقوق ایران و حقوق بین‌المللی کار. تهران. انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.

۱۵. گلرد، پروانه. (۱۳۸٤). عوامل موثر در توسعه‌ی کارآفرینی زنان ایرانی. مجله‌ی پژوهش زنان. دوره ۳. شماره ۱. صص ۱۲۳– ۱۰۱.

۱٦. ______ . ( ۱۳۸۸). خانواده و راه‌کارهای توسعه‌ی کارآفرینی زنان ایرانی. مجله‌ی پژوهش زنان. دوره‌ی ۷. شماره ۲۱. صص ۱٤۹ – ۱۳۱.

۱۷. هاشمی نژاد، اشرف السادات. (۱۳۸٤). گسترش کارآفرینی زنـان. فـصلنامه‌ی تخصـصی اشـتغال و کـارآفرینی رویش. شماره ۱۲. صص ٤- ۹.
18. Djivre,J, 2006, Female Entrepreneurs of the North: Breaking Ground, Curren Research
19. Fahim, Hassan, 2008, an Analysis of the Current Status of Women Entrepreneurs in Micro, Small, and Medium Enterprises in Bangladesh, Department of Economic.
20. Gray, Kenneth R. and Joycelyn Finley-Hervey, 2005, Women and Entrepreneurship in Morocco: Debunking Stereotypes and Discerning Strategies, International Entrepreneurship and Management Journal Vol. 1, No. 2, 203-217.
21. Hirsch, Robert, 1985, The Woman Entrepreneur Candida Brush on the entrepreneur's early 1g development.
22. Holland, Jenny, Burian Michael, Dixey, Louise, 2003, Tourism in Poor Rural Areas Diversifying the product and expanding the benefits in rural Uganda and the Czech Republic, PPT Working Paper No. 12 , funded by the Economic and Social Research Unit (ESCOR) of the UK Department for International Development (DFID).
23. Issue in Small Business Development Comm 6926 EA, PP 1-12.
24. Lanjouw, P., 2001, Nonfarm employment and poverty in rural Elsalvador, World development, Vol. 29, No. 3, PP. 529 – 547.
25. Leonard, M, 2001, Old win in new 130 tales? Women working inside and outside the household, Women's studies International forum, Vol. 24, No. 1, pp 67 – 78.
26. Lordkipanidze, Maia, 2002, Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development, the case of Söderslätt region, Sweden, Published by IIIEE, Lund University, P.O. Box 196, S-221 00 LUND, Sweden.
27. Talves, K. and Laas, A., *2004, Rural women's entrepreneurship*, Female Entrepreneurs' Meeting in the Baltic Sea Region, Tartu, Estonia.
28. (http://www.eurofound.europa.eu/ewco/2005/10/EE0510NU02.htm)
29. U.N., 2007, Developing womens entrepreneurship and e-business in green
30. Cooperatives in the asian and pacific region, New York, U.S.A.
31. Wilkinson, P. F. & Wiwik Pratiwi.1995. Gender and tourism in an Indonesian village. Annals of Tourism Research, Volume 22, Issue 2, Pp: 283-299.
32. Yildiz, Ecevit, 2007, a critical approach to women's entrepreneurship in Turkey, International Labour Organization, First Published.